

BARCELONA NO TIENE VACACIONES

Evolución de la ciudad como respuesta a las externalidades producidas por los flujos turísticos. Caso de estudio El Raval Barcelona.

Cynthia PEREZ

Universidad Politécnica de Catalunya

Director: Joaquín Sabate Bel

Email: cynthiaperez.arq@gmail.com

RESUMEN

Barcelona es la 4ª ciudad más visitada después de Londres, París y Roma; mencionaba con orgullo Jordi Clos, presidente del Gremio de Hoteleros de Barcelona. Y es cierto, la fama de la ciudad sigue en aumento; consiguiendo en el 2013 un nuevo record de 25 millones de visitantes. Es en este contexto que la *ciudad marca* de la que todos hablan, con el *modelo urbanístico* que todos conocen, va adaptándose día a día a las expectativas y necesidades de su cambiante mercado. ¿El conflicto? El continuo reinventarse, el cual está siendo duramente cuestionado por economistas, expertos, residentes, negocios, prensa, y los visitantes; y que además, tal como dijo Xavier Antrich a inicios de mes, han hecho de la ciudad un objeto que se ha transformado en un reclamo turístico.

¿El reto? Saber si el Raval ha evolucionado a causa de los flujos turísticos. Ubicar a los agentes relacionados con el turismo, los conflictos y reclamos; entender los planes, proyectos, y medidas tomadas durante los últimos 30 años; ver su relevancia e influencia sobre el entorno, y estudiar su efecto. Entender y diagnosticar este turismo que más que invadimos es parte de nosotros. Solo de esta manera podremos rescatar a la amada de Manuel Delgado; aquella que “ha acabado en los brazos de quien poco la amaba y menos la merecía”.

Palabras clave: Turismo, Barcelona, Regeneración urbana, detonantes urbanos

ABSTRACT

Barcelona is the 4th most visited city, after London, Paris and Rome, results mentioned with pride by Jordi Clos, president from the Hospitality Guild of Barcelona. And this it's certainly true, the city's fame continues to rise, achieving on 2013 a new record of 25 million visitors. It's on this context that the *city brand* that everyone talks about, with the *urbanistic model* that everyone knows, continues to adapt on a daily basis to the needs and expectations from its ever changing market. ¿The conflict? The continuous remake, which has been roughly questioned by economists, experts, residents, businesses, news, and visitors; and that, as said by Xavier Antrich, at the beginning of the month, has made of the city and object that has transformed into a touristic claim.

¿The challenge? To know if El Raval has evolved as a cause of touristic flows. Find the agents related with tourism, the conflicts, and claims; to understand the plans, projects and measures taken during the last 30 years; to see its relevance and influence over the environment, and study its effect. We need to understand and diagnose Barcelona's tourism, than more than invading us, it's part of the city. Only this way, we could rescue Manuel Delgado's love, who has ended on the arms of whom little loved her and less deserved her”.

Keywords: Tourism, Barcelona, Urban regeneration, urban detonator

1. INTRODUCCIÓN

Si bien la presión turística es una constante en la ciudad; no es lo único que la modifica. Las ciudades responden a diversos factores externos que las adaptan, definen y desarrollan; factores que se forman de las características únicas de esas ciudades, de las oportunidades que se les van presentando, y las que van tomando. Su crecimiento, tampoco se determina sólo con la expansión territorial de la misma, sino que considera sus diversos aciertos y equivocaciones.

La importancia del turismo en las ciudades no es un factor exclusivo a Barcelona, España, o Europa; es un factor y realidad mundial que afecta en pequeña o gran escala a todos. Antes que nada se plantea desde este punto una hoja en blanco al turismo. Un respiro para dejar de criminalizar a un fenómeno latente de la ciudad, que va en crecimiento. Según el INE, el 20% de los turistas en Barcelona son españoles, alcanzando entonces 1.7 millones en 2013. Estas cifras nos confirman como visitantes y turistas de nuestro propio entorno; abriendo grandes posibilidades para un futuro de convivencia entre residentes y visitantes.

Lo que su estudio permitiría, es comprender tendencias y comportamientos de los usuarios, definir los agentes que intervienen, y los conflictos que se generan. Con este se podrían plantear nuevas soluciones, abrir mercados obsoletos o nuevos, sanear calles, y generar oportunidades.

La ciudad de Barcelona, si bien se ha desarrollado de manera exponencial en pocos años; es considerada víctima de su fama, su turismo y urbanismo. Desde su primera exposición universal, tomó a las ferias como catapulta para su desarrollo. Estos eventos mostraban y vendían a la ciudad como pionera, cosmopolita, y dentro de las más avanzadas a nivel mundial. Grandes eventos, que congregaban a cientos de personas, era la mejor manera de llamar la atención, y de poder consolidarse como una marca. Para ello, la ciudad debió adaptarse y mejorar. Los diversos planteamientos para la primera feria, y los posteriores a esta, permitieron que la ciudad se desarrollara de manera más ordenada; y que Barcelona se consolide como la marca turística que es. Todo esto con sus respectivas consecuencias.

La intención de acoger los juegos olímpicos de 1992 impulsó las implementaciones en los 80s. Los Planes y Proyectos de Barcelona generaron diversos cambios en toda Ciutat Vella, y en nuestra zona de estudio, el barrio del Raval. Algunos de ellos incluso fueron considerados innecesarios, pero se dieron. Con estas rehabilitaciones y propuestas, se generaron nuevos detonantes en el barrio, y con estos, nuevos planes, usos; y repercusiones medibles a lo largo de su entorno.

Hoy en día Barcelona sigue en este continuo proceso de rehabilitación urbana, de modificación y de adaptación a los nuevos avances y requerimientos. Sigue construyendo para atraer, y sus calles son un continuo laboratorio urbano muy admirado y estudiado. Por ello se plantea utilizar estos estudios para comprender los patrones evolutivos que ha seguido, y prever cambios negativos. Se busca entender cómo se llegó a esto, comprender la evolución de la ciudad y las influencias que recibió; saber porque Barcelona no tiene vacaciones.

Con ello en cuenta, se necesitará analizar dos temas en paralelo. En primer lugar, se revisará todo aquello relacionado con el turismo y los turistas; y como estos interactúan con la ciudad. En segundo lugar, los cambios urbanísticos en Barcelona, específicamente en el Raval; a fin de ubicar sus principales elementos arquitectónicos, entender las modificaciones a través del tiempo, su relevancia e influencia sobre el entorno, y los efectos que ha generado. Con ello se podrá concluir si los cambios en el Raval han sido el resultado de la evolución de una ciudad sometida a la presión turística.

2. OBJETIVOS

- Mediante reportes y cifras se buscara entender quien es el turista que llega a Barcelona, comprendiendo así sus necesidades, intenciones, tiempo de estadía, y expectativas. Esta información será la base de esta investigación, puesto que permitirá determinar tendencias y anticipar efectos.
- Se determinaran los roles e intereses de los agentes que participan e influyen en el turismo de Barcelona, categorizándolos como públicos o privados; definiendo sus intereses y objetivos, y midiendo su repercusión sobre El Raval.
- Comprender los efectos que los conflictos reflejan sobre el turismo en Barcelona. Se revisaran los diversos conflictos latentes en la ciudad, y se los agrupará en dos grupos. El primero: actividades entorno al turismo (llegar, hospedarse, comer, comprar, visitar); y el segundo: los efectos secundarios que estos generan (disconfort, vandalismo, actos incívicos, relación con residentes, encarecimiento de productos, gentrificación.)

- Se organizaran a modo de línea de tiempo las acciones y medidas tomadas por la ciudad en los últimos 30 años, para así visualizar los diversos cambios, a diversa escala, por los que ha pasado la ciudad entorno al turismo. Esto eliminara cualquier intención de especulación sobre el protagonismo e intervención de los agentes sobre la ciudad.
- Ver de cerca el caso del Raval como área resultante de cambios urbanísticos. El análisis de los planes y propuestas realizadas determinará un patrón evolutivo y una clara imagen de la proyección del barrio.

3. METODOLOGÍA

Se utilizaran diferentes métodos para recopilar, acceder y procesar la información.

- Método deductivo, para comprender la evolución del barrio y encontrar aquellos detonantes que llevaron a cabo estos cambios.
- Método comparativo, para contrastar los cambios sucedidos en el Raval, en base a datos del 2004 al 2014.
- Método estadístico, para revisar data poblacional, económica y cultural, y poder así observar detalles en las variaciones ocurridas en el barrio.
- Método causal, a fin de determinar si el turismo ha afectado o no a la evolución del Raval.

4. ANÁLISIS

4.1. Barcelona, ¿Quiénes son los que te visitan?

Durante los últimos años los números nos han mostrado la potencialidad de España, Catalunya y Barcelona, como mayores atracciones. Barcelona es la 4ta ciudad más visitada, después de Londres, París o Roma (1); y su crecimiento no se detiene. La ciudad ha sabido venderse y promocionarse, durante los últimos 30 años, de manera continua, y por todo el mundo. Su plan de marketing se ha expandido eliminando fronteras, y se ven los resultados. Los reportes del 2013 indican que Catalunya recibió cerca de 25 millones de visitantes, y de estos 16 millones pasaron la noche en la ciudad.

La demanda turística no es solo internacional, según el INE, el 20% de los turistas que vienen a Barcelona son españoles; generando 1.7 millones de visitantes dentro de los 7.3 millones reportados en el 2013. Esta información llevo a la investigación a buscar mas a fondo sobre este grupo; encontrando un dato del DYM (Instituto de Turismo) el cual reporto que de las visitas anuales, un 13.7% eran segundas visitas; y un 28.3% eran terceras. Esta data es importantes puesto que significará un reto de nueva atracción de mercado y oferta de rutas que sigan reforzando aquellos números.

En el 2012, FAMILITUR realizó un detallado reporte (2), basado en encuestas; en el que mostró que los residentes españoles habían realizado 158.7 millones de viajes, y que 92.3% de ellos eran realizados dentro de sus fronteras. Sus viajes resultaron en 751 millones de pernoctaciones, con un 85.5% de estas dentro de España. Estas cifras no solo se traducen en alojamientos, sino que afectarían el ámbito de la restauración, los comercios, museos y eventos posibles dentro de la ciudad. Además, nos indica la importancia del turismo local y el grado de influencia que este podría tener sobre el resto de turistas.

Viendo de cerca la nacionalidad de los turistas, en el 2013, según profesional.barcelonaturism, nos encontramos con 4.014 millones de turistas europeos, 1.517 millones de españoles, y 2.040 de otros países. De estos, el 50.6% tenía como motivo de viaje las vacaciones; las cuales en España, se pueden agrupar en tres temporadas: verano, semana santa y navidad.

La gran afluencia de visitantes, y su background cultural, resultan en una gran reto para el país, la ciudad, los gremios, asociaciones, hoteles, negocios, y residentes.

4.2. Los agentes, sus intereses y responsabilidades

Los agentes que participan y se relacionan con el turismo de Barcelona, pueden estar organizados en dos grandes grupos. Los agentes públicos, y los privados.

4.2.1. Agentes Públicos

Los agentes públicos que participan activamente en la ciudad lo hacen en diferentes escalas. Algunos a escala regional como el Ministerio de Industria energía y turismo, el Instituto de turismo de España, o el Ayuntamiento de Barcelona. Quienes gestionan proyectos, planes, reportes y estudios. También están las instituciones como Barcelona Turismo, Barcelona molt més, FAMILITUR, o la Subdirección general de conocimiento y estudios turísticos. Este grupo también incluye ciertos edificios emblemáticos, tales como el Zoo de Barcelona, Montjuic, Poble Español, El Museo Picasso, y Cosmo Caixa. Para el transporte está el TMB y BCN bus turistic. El logo de sus representantes se encuentra en el Grafico 1.

Los intereses de este grupo radican en trabajar con los residentes, comerciantes y visitantes, para poder entender sus necesidades y ofrecerles una gran variedad de opciones. Al ser agentes públicos, la ganancia no es su meta principal, sino el servicio y atención que ofrecen. Sus responsabilidades incluyen el coordinar, proponer, organizar, estudiar, trasladar y mostrar opciones; siempre desde la visión de una entidad pública.



Grafico 1

4.2.2. Agentes Privados

Los agentes privados también trabajan en diferentes escalas; pero su alcance se acerca más a los visitantes. Entre sus participantes encontramos al Gremi d'Hotels de Barcelona, el CG Consell de Gremis de Comerç, Serveis i Turisme de Barcelona, comercios, El puerto de Barcelona, cruceros, Agencias de viajes, oficinas de alquileres, renta de bicicletas, el Barcelona City Tour bus y las más de 100 asociaciones locales de vecinos.

Los intereses de este grupo es el trabajar y coordinar de la mano con los turistas para poder entender sus necesidades, guiarlos, reducir el discomfort, y ofrecerles diversas opciones. Como agentes privados pueden tener como meta la ganancia personal (dinero) o la ganancia de calidad de vida y mejora de su entorno (residentes). Sus responsabilidades incluye el tratar de acercarse a los turistas; para así poder comprenderlos mejor y maximizar sus ganancias (cuantificables o no). Los agentes tratan de colaborar y encontrar un punto intermedio entre la oferta y demanda.



TRAVEL AGENCIES
RENTALS

Gráfico 2



ASOCIACION DE VECINOS

Federació d' Associacions de veïns y veïnes de Barcelona. <http://www.favb.cat/node/225>

Gráfico 3

4.3. Conflictos

Las actividades que los turistas realizan pueden generar ciertos conflictos, según el tipo de actividad que se refiera. Pero además, estas pueden generar ciertos efectos derivados de la misma actividad. Por ello, se ha clasificado los conflictos en dos grupos.

4.3.1. Actividades: estas serían transportarse, viajar, alojarse, comer, comprar, visitar.

La llegada y transporte de los turistas en España, según FAMILITUR, ha realizado 146.6 millones de viajes internos dentro de todo el país, y 15.5% de esos viajes fueron a Catalunya. Los 22.2 millones de visitantes del 2012 se han transformado en 25 millones en el 2013; dejando un gran número de turistas en Barcelona. El gran grupo de turistas que ingresan por avión suman un 76.1% (DYM); permitiendo que Barcelona se ubique en el 10cimo lugar en la frecuencia de viajes, con cifras que superan los 35 millones de vuelos. Algunos turistas ingresan también por tren 9.5%, o por carro, 9.4%.

Los cruceros han demostrado también un gran impacto sobre la administración de la llegada de los visitantes, consiguiendo 2.59 millones de pasajeros en el 2013; y esperando 2.65 millones en el 2015. La presencia de estos cruceros no solo se traduce en su ubicación, como grandes artefactos, dentro de un

entorno físico (como es el puerto); sino que también refleja un gran flujo turístico de visitantes que están listos para tomar la ciudad. Su influencia se nota también en los números de visitantes del Acuario de Barcelona, ubicado a metros del puerto. Este espacio se ha convertido en el segundo lugar más visitado de la ciudad; y su ubicación próxima a los cruceristas, ha influido positivamente a su puesta en valor. El lado débil de este medio de transporte es la gran polución ambiental que estos ocasionan. Según el doctor Alemán, Alex Friendrich, cerca de 428.000 pequeñas partículas por cm³ se generan a causa de los cruceros. Al deber estar encendido, por temas eléctricos, impulsan a estos a contaminar más el ambiente.

El aerobús es otra forma de transporte utilizada por los turistas. Esta empresa privada realiza viajes casi directos (2 paradas por trayecto) desde y hacia el aeropuerto. Su servicio llega a 12.700 personas por día (según las cifras de la empresa). La gran demanda de este servicio se basa en la rapidez, comodidad y frecuencia de sus viajes. Otra opción de traslados sería el bus local (con una frecuencia de 20 min y un trayecto aproximado de 45 min), y los taxis.

Alojamiento: Los visitantes pueden contar con la clásica oferta de 1-5 hoteles, con más de 394 opciones por toda la ciudad, lo que significa 37.069 habitaciones en el 2013. Pueden también decidir instalarse en uno de los 9.606 apartamentos legales, que según la Vanguardia existen en la ciudad. Con respecto a la demanda en 2015, EXCELTUR reportó que los hoteles habían recibido un incremento de 5.4% en su demanda; una cifra pequeña, en comparación con los 24.5% de aumento que recibieron los apartamentos turísticos. Este nuevo tipo de alojamiento está reduciendo el crecimiento de la demanda de los hoteles; mientras que a la vez va abriendo nuevas ventanas a un comercio colaborativo. Estos también le dan nuevas oportunidades a residentes, propietarios, y pequeñas empresas; pero también van generando conflictos por falta de claridad en las obligaciones y responsabilidades.

Restauración. Los restaurantes en Barcelona han experimentado un cambio en su demanda. Si bien es cierto un grupo de viajeros busca la comida tradicional española o Catalán; pero también hay otro grupo atraído por el efecto tapa. Comida rápida, barata, y “de camino” es usualmente requerida por los viajeros Low Cost; lo que va creando mayor demanda sobre las tiendas y supermercados pequeños.

Comercio: El cambio en la actividad comercial tradicional, aumento de tiendas especializadas va generando conflictos en ciutat vella y Barcelona en general. Poble Sec se presenta como un buen ejemplo de aquello. La calle Blai, una de las calles principales en la zona se ha convertido en la calle de los pinchos a 1 euro. La gran demanda de los usuarios ha transformado la calle y los negocios, primero haciéndolos partícipes de la oferta de pinchos, o excluyéndolos por no entrar en el modelo de la calle. El cambio de rubro, presión sobre los pequeños comercios existentes, y la venta ilegal de productos sin permiso, se ha convertido en el conflicto continuo y creciente de la calle.

En el 2010 se aprobó el Plan de Usos del 2013. Dicho plan limitaría las nuevas licencias en casi todos los rubros. Las tiendas de souvenirs fueron un gran punto en este plan. Se buscaría no aceptar más licencias nuevas a un radio de 100mts de los edificios emblemáticos de la ciudad. Dicho plan también consideraba el multar a los supermercados pequeños que vendían un porcentaje de alimentos listos para el consumo; puesto que su permiso no les da acceso a ello. El lado positivo de la influencia turística sobre la ciudad es que la demanda ha permitido la reaparición de tiendas especializadas, las cuales fortalecen el mercado, y la oferta.

Los pubs, clubs y bares también han sentido el crecimiento de la demanda de la ciudad. La apertura de nuevos negocios, y los conflictos con los residentes han generado nuevas regulaciones que limitan sus horas de apertura. Desafortunadamente la fiesta no se acaba ahí; puesto que con las nuevas limitaciones los usuarios han decidido extender las horas en la vía pública; generando aún más conflictos con los residentes. La Síndica of Barcelona, Maria Assumpció Vilà Bars recomendaba en el 2013, que el ayuntamiento cambiara la legislación, e hiciese responsable a los locales del ruido externo de sus locales. Este conflicto continua en la ciudad.

Visitas a edificios emblemáticos como la Sagrada Familia, la Pedrera, Parque Güell, museos, mercado de la Boquería se ha convertido en un nuevo conflicto con la ciudad. Los 3.176 millones de turistas que visitan al año la Sagrada familia han resultado en la búsqueda de nuevas dinámicas de transporte y gestión. A partir del 2015 la espera de los visitantes, para ingresar al recinto, se haría dentro del mismo. En el 2014, se cambiaron las rutas de acceso de los buses turísticos; reduciendo su presencia en el entorno inmediato y su carga sobre el paisaje. Estas modificaciones han ayudado a una mejora en la convivencia con los residentes; pero aún quedan asperezas por limar.

Vemos como en otros casos los residentes pelean por la libertad de utilizar los espacios públicos, como lo era el Parque Güell; restringido hoy en día, en horarios, áreas, y frecuencia de uso.

En un tercer ejemplo encontraríamos un caso en el que los vecinos defienden su derecho de uso del mercado, la plaza, la calle y los equipamientos. Es este el caso de la Boquería, la cual a partir de este año, optará por restringir el horario de uso de las instalaciones, en los fines de semana, para grupos mayores de 15 personas. Esta medida facilitaría el uso real del mercado, que es abastecer a sus residentes del entorno inmediato. El avance del plaza de la Gardunya, y la extensión y regularización del mercado y su oferta, complementan estas medidas.

La sobre afluencia en espacios públicos es visible al bajar del cruce o llegar del aeropuerto en autobús. Las Ramblas, la Barceloneta, y la rambla Raval, son solo tres de los espacios públicos más afectados por los flujos turísticos. Datos presentados en *bye bye Barcelona*, sobre el uso de la rambla, detallaban que 8 de cada 10 personas que caminaban en la Rambla eran turistas. Estas cifras nos demuestran que el intruso, se convierte en la regla. La rambla, tal y como se concibió en sus inicios, ha mutado por y para el turista.

La Barceloneta sufre también por la sobre afluencia de turistas, quienes la han alquilado casi en su totalidad a extranjeros que buscan relajarse en las playas.

Por ahora la rambla del Raval sigue siendo un referente utilizado por los usuarios locales; pero su uso va variando según las concesiones a terrazas y locales. Estos van atrayendo cada vez más a un número importante de turistas, encareciendo los precios y ahuyentando de manera gradual a los residentes locales.

4.3.2. Efectos derivados: Son todas las acciones mencionadas, las que generan ciertos efectos negativos en la ciudad.

Comportamientos incívicos como respuesta al turismo de borrachera, o simplemente a la falta de respeto de ciertos visitantes; quienes parecen olvidar que la ciudad no es un ente temático creado, sino que aun es de los residentes.

Comportamientos vandálicos, los cuales son puntuales, pero existen. Generando mayores conflictos y debates entre los vecinos, los turistas, y quienes les alquilan habitaciones (solo en caso de no estar en un hotel).

Comportamientos derivados de la masificación, los que se traducen en pérdida de identidad, local. Esto se genera cuando la oferta presentada va cambiando para poder satisfacer la demanda de productos anticipados por los turistas.

Interacción con usuarios locales, esta si bien ha ido intensificándose con los años, también ha ido perdiendo paciencia. Hoy en día existen 102 asociaciones vecinales en Barcelona (con número, mail, dirección y nombre de contacto), de las cuales 10 cuentan con una página web formal.

Según las audiencias públicas revisadas, y las reuniones con algunas plataformas vecinales; es posible concluir que si bien todos sienten algún malestar por la presencia inagotable de turistas; algunos de ellos lo defienden por las oportunidades que estos generan. Los temas tratados en sus reuniones recorren temas muy variados. Se menciona el modelo turístico, las consecuencias de un turismo de masas y turismo low cost, la insuficiencia de espacio público de la ciudad, el encarecimiento de los barrios, las consecuencias del nuevo plan de uso, las aportaciones del turismo, los pisos turísticos y las economías colaborativas, los actos de incivismo, y los problemas de vivienda como consecuencia de la especulación y gentrificación.

Como grupo, varios de ellos se mantienen activos y participan de manera constante en las audiencias públicas de la ciudad. Otros van un paso más adelante, trabajando de la mano con abogados y asesores; y consolidándose como plataformas para poder así comunicar, escuchar, y apoyarse como vecinos y comerciantes.

La movilidad en la ciudad se traduce en una congestión puntual en los trayectos de los diversos recorridos turísticos; impulsado por la oferta de las agencias de viaje y los buses turísticos que trasladan diariamente a miles de visitantes. Dada la gran demanda, se crea una gran variedad de oferta, haciendo que la movilidad no se detenga solo con los buses. Autos eléctricos, bicicletas de tres ruedas, recorridos en bici, o incluso a

pie, forman parte de un grupo de agentes que participan en el traslado, guiado, y desplazamiento de los visitantes.

La imagen de Barcelona ha ido variando de aquella que se vendía en los juegos olímpicos. Si bien la ciudad sigue siendo *cosmopolita*, sus visitantes en masa no lo son. El turismo low cost ha ido generando nuevas necesidades para quienes quieren verlo todo de manera rápida y barata. Esta nueva imagen de un turismo desordenado y enfrentado por su baja calidad, es la imagen que se va apoderando de las calles, y cruzando fronteras.

Ciertos procesos han ido variando en la ciudad, a medida que esta se va *llenando*. El encarecimiento del alojamiento es uno de ellos, resultando en la búsqueda de nuevas opciones, y en el fortalecimiento de la economía colaborativa; la cual ofrece una mayor variedad a precios más asequibles. Los servicios también han ido modificándose, puesto que al ver más demanda, ha ido incrementando precios hasta que su mercado se lo permita.

El proceso más cuestionado y hablado es el de la gentrificación. Como consecuencia que barrios enteros hayan sido modificados en los planes urbanísticos, la especulación sobre el valor del precio del terreno y su crecimiento han ido encareciendo los pisos, y del entorno a este. Este movimiento ha empujado, paulatinamente a los residentes, fuera de sus barrios. Ellos, quienes ya no podían permitirse vivir ahí, demandan sentirse desplazados por la acechante especulación que el turismo ha ido creando sobre la ciudad.

Las intervenciones urbanísticas de los últimos 20 años son, para muchos, las responsables del desorden y caos que el turismo va generando sobre todo lo que toca. El modelo urbanístico de Barcelona, alabado y copiado en diversas ciudades, falla cuando puesto al límite.

El modelo turístico presentado por el ayuntamiento para el 2010- 2015, es otra intervención cuestionada por su ineficiencia (que en realidad es una falta proyectos de acción). Este modelo ha sido puesto en crítica y despedido centenares de veces. Esto significa que nuevas medidas, para el 2020, deberán ser tomadas.

4.4. Acciones y medidas tomadas

4.4.1. 2015

En abril de este año, el Ayuntamiento decidió restringir el uso del mercado de la Boquería los días viernes y sábado. Permitiendo que los residentes locales puedan retomarlo, en estos días, y con unos horarios establecidos.

El 6 de Abril María Abellanet presentó un pacto local para la administración y promoción de un turismo responsable en la ciudad. El pacto, desarrollado con 132 participantes de los diversos rubros, fue el resultado en un estudio iniciado en Diciembre del año anterior; el cual comprendía la necesidad de dejar de tratar a la ciudad como un objeto que ha mutado en un reclamo turístico.

En enero, el BOPB, Boletín oficial de la provincia de Barcelona, daba a conocer un nuevo plan de establecimientos de concurrencia pública, hotelera, y otras actividades de la zona ZE'5B, ubicada en las ramblas. El plan regularía los diferentes establecimientos, su emplazamiento, forma, actividades, y distancia entre ellos.

4.4.2. 2014

En Abril se suspendieron las licencias para apartamento turístico, en los barrios del Eixample, El Camp del Grassot en Gracia, Villa Olímpica, Poblenou, Poble-sec y Galvany. Su incremento de 2.349 licencias en el 2010, a 7.480 en 2014; generó preocupación en los vecinos y gremios hoteleros; quienes con la presión generada obligaron a suspender indefinidamente las licencias. Esta medida fue inicialmente tomada en el 2010; con una reglamentación que solo se extendía a Ciutat Vella.

4.4.3. 2011

Se realizó un Plan de Marketing para la provincia de Barcelona. Este buscaba descentralizar la oferta turística al resto de Catalunya. Su efectividad se basaría en la repetición de los visitantes a Barcelona;

quienes retornan de 2 a 3 veces, casi en 20%. Este plan buscaba generar diferentes tipos de turismo, diferenciados entre si según sus preferencias. Con ello se diversificarían las rutas ofrecidas a los visitantes, y estos no tendrían por qué concentrarse como lo hacen hoy en día.

En el Raval se remodeló el Carrer Joaquim Costa, pavimentándolo a un único nivel y recogiendo el material que ahí se encontraba. Esta remodelación permitirá a los peatones transitar en ella.

4.4.4. 2010

En este año se publicó el nuevo Plan de usos de la ciudad, el cual suspendía las licencias para discotecas en la Barceloneta, y los locales de exhibición sexual, prostitución o juego en toda la ciudad. Además, en las áreas de Rivera- Gótico y el Raval se suspendían las licencias de bares y lugares para comida rápida. Con respecto al alojamiento, el plan suspende todos los permisos en la ciudad a los apartamentos turísticos. Los hoteles se mantienen con restricciones básicas.

Con el Plan aprobado, en Mayo comenzaban las inspecciones a los supermercados pequeños y comercios varios; quienes en algunos casos vendían productos para consumo rápido (sin contar con las licencias adecuadas.) Según Itziar Gonzales, la idea es que las calles puedan ser usadas otra vez para caminar, no para comer.

En el 2010 la ciudad presentó también un Plan estratégico de Turismo para la ciudad de Barcelona en el 2015. El plan presentaba 15 programas que podrían trabajarse en paralelo. Estos contemplaban la descentralización del turismo hacia las zonas de Montjuic y el Forum. Se diseñaron nuevas rutas y paquetes para diversificar la concentración y el flujo de turistas por la ciudad. Se buscaba que Barcelona funcione como puerta a Catalunya, y no solo como lugar de paso. Se buscaba gestionar el flujo de pasajeros provenientes de los cruceros, buscando así resolver su demanda mediante una buena gestión.

En este año se inició también el proyecto de remodelación de la Plaza Gardunya y su entorno. Esta plaza continúa en obras al día de hoy; pero su valor como pieza urbana va siendo notorio en las apropiaciones de espacio que se ven en el lugar.

Otra de las remodelaciones importantes se realizó en la Plaza Santa Caterina, la cual conecta con la Catedral de la ciudad y extiende la ruta turística hacia el Born.

El Raval Sur presentó un Plan estratégico de intervención Integral; el cual planteaba 34 intervenciones por todo sector. De las intervenciones propuestas, solo dos fueron finalizadas entre el 2011- 2012, y 7 de ellas han sido iniciadas.

4.4.5. 2009

En la zona del Raval, el espacio posterior al ábside de la Capilla Sant Llatzer sería recuperado. Se urbanizaría este espacio con zonas ajardinadas y se le dotaría de mobiliario urbano, así como un área de juegos infantiles.

4.4.6. 2008

En Julio de este año el Ayuntamiento aprobó un Plan especial que limitaría la apertura de nuevas tiendas de souvenirs. La idea de este plan es de proteger los perímetros de las áreas con edificios emblemáticos de la ciudad. La normativa explica que si una tienda de alimentos vende más del 20% de sus productos en el rubro de los souvenirs tendrían que reportarlo. En caso no cuenten con la licencia apropiada, se podría cerrar el local.

En la zona del Raval Norte, se remodeló la Plaza de Castella, sirviendo hoy de puerta de entrada al Raval, y complementando el recorrido cultural que antes iniciaba con el CCCB. Esta Plaza conectaría los flujos provenientes del eixample con el caso antiguo.

En la zona de la Rambla del Raval, se construiría y pondría en funcionamiento la zona de aparcamientos.

4.4.7. 2006

En la zona del Raval centro se remodelaron las diversas calles en los alrededores de la rambla del raval y de la Plaza Folch i Torres. Las actuaciones se iniciaron en el 2006, y culminaron en el 2008.

4.4.8. 2005

En este año la ciudad realizo el Plan estratégico para Poble-Sec. Este buscaba revitalizar zonas, mejorando accesos y pavimentando y unificando calles.

4.4.9. 2004

Fórum Universal de las culturas en el sector de Poblenou

4.4.10. 2000

Modificación del Plan general metropolitano para el frente litoral y el margen del rio Besós.

4.4.11. 1986 – 1996

ARI. Plan de área de rehabilitación integrada para Ciutat vella.

4.4.12. 1982- 1985

Peri del Raval, Peri del Sector Oriental, y Peri de la Barceloneta.

4.4.13. 1981

Plan del Liceo al Seminario. Este plan de Luis Clotet y Oscar Tusquets, significo un gran cambio para la zona norte del Raval.



4.4.14. 1976

El Plan General Metropolitano planteaba diferentes actuaciones a lo largo de toda la ciudad. Se preveían grandes aperturas de calles, nuevas conexiones, usos y zonificaciones.



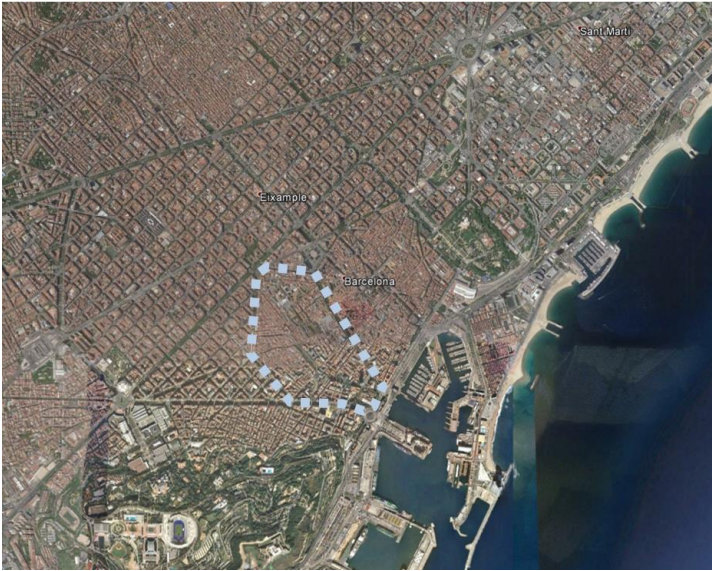
PGM

- 1 129 Habitantes Y Equipamiento. Plaza Folch y Torres
- 2 Conservatorio Del Liceu
- 3 Filmoteca De Catalunya
- 4 Ampliacion Centro Cultural Contemporaneo de Barcelona
- 5 Oficina de Servicio Personal del Raval. Carmen 101-109
- 6 Remodelacion edificio Calle Regomir 7-9
- 7 Plaza Castella
- 8 93 Habitages. Arc del Teatro 4-16
- 9 Hotel Arc del Teatro, 58
- 10 Oficinas de seguridad social. Arc del Teatro 65
- 11 Plaza de la Gardunya. Escuela Massana I 77 habitages.

4.5. El Raval como caso de estudio

4.5.1. Ubicación y contexto

El barrio a analizar se encuentra dentro del distrito de Ciutat Vella. Este fue el primer distrito de Barcelona; y antiguamente se le conocía como barrio Chino. Es la unión de diversos barrios, que en la etapa de intervenciones urbanísticas se unificó por sus similitudes. Desde sus inicios, el barrio del Raval ha sabido aprovechar su cercanía al puerto y al casco antiguo; y hoy en día, se le ve como un generador de cultura para la ciudad. Su proximidad con las Ramblas, y su fácil acceso a plaza Catalunya le otorgan un atractivo especial que se busca revalorizar.



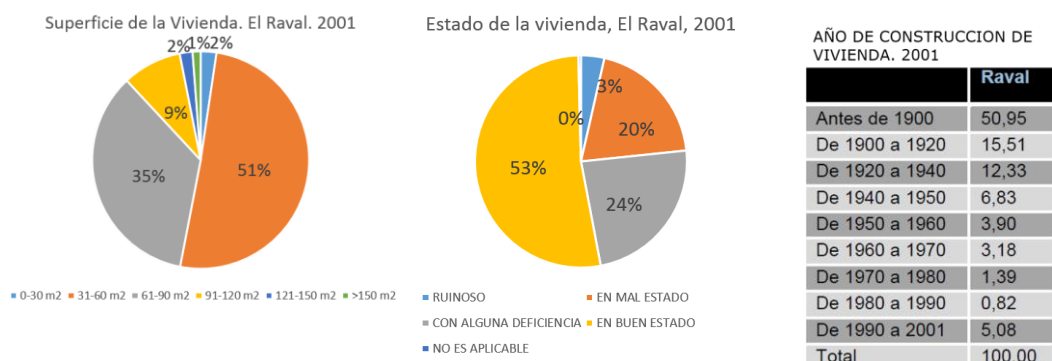
Plano de ubicación del barrio del Raval

Elaboración propia a partir de imagen de Google Maps.

El barrio, como hemos visto con anterioridad, ha pasado por diversas transformaciones (PGM, PERI, ARI, Planes de reforma interior, etc.); y ha utilizado dichos planteamientos para sanear la ciudad e integrarla, mediante proyectos horizontales, al casco antiguo.



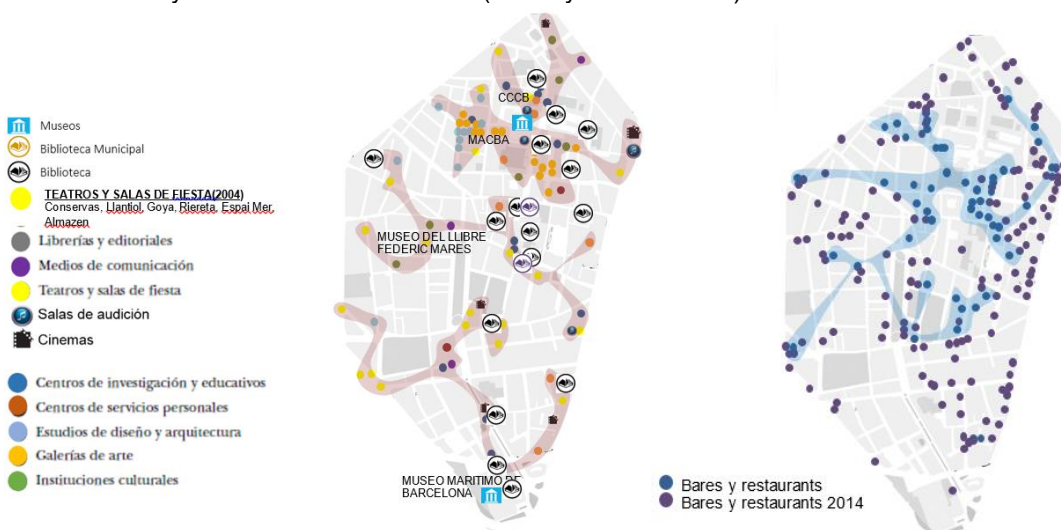
La situación en la que la vivienda del Raval se encontraba, anticipaba una fuerte reforma; la cual se dio, convirtiéndose en el primer gran conflicto de los residentes. En el gráfico inferior observamos las rehabilitaciones realizadas en el barrio, y en los esquemas observamos el porqué. En el 2001, el 50.95% de las viviendas habían sido construidas antes de 1900, y el 21% de la vivienda se encontraba en mal estado. Basándose en eso, en la especulación, y en la necesidad de reformas importantes en el Raval; muchas de las viviendas fueron derrumbadas y sus habitantes fueron reubicados. Los proyectos nuevos pretendían mejorar la calidad de vida de los pobladores, reduciendo a ese 51%, que tenía un aproximado de 31.6m². Lamentablemente fueron muchos los casos en los que solo se buscaban desplazar a sus habitantes para dar paso al rejuvenecimiento del barrio.



Es en este entorno, y con estas necesidades que la ciudad decide y justifica, modificar su trama y sus elementos. Con estos números, y una innegable realidad, se trabajó la idea de carencia de espacios públicos, equipamientos, higienización, y calidad edificatoria.

Otra parte importante de esta investigación sería la singularización de elementos en el Raval, y su análisis a través del tiempo. Para ello se realiza ciertos planos evolutivos que mostrarán de manera concisa, la evolución de la oferta cultural y comercial en el Raval. Esto nos permitiría observar si el negativo de uno influye en lo que el concluye el otro. Los planos explican como la presencia e importancia del MACBA y CCCB, en los inicios del Raval cultural, fueron fundamentales para el desarrollo del barrio. Es este concepto de hub cultural el que necesitara proponer, fomentar y trabajar la idea de elementos integradores (los que al día de hoy no funcionan como tales). La demanda de rutas turísticas culturales (caminables), rutas de valorización de patrimonio, e historicistas que recorrerán el Raval; atraerán un grupo importante de viajeros y extenderán la fuerza turística de manera más descentralizada. El reto seguirá creciendo a medida que la ciudad necesite, con más intensidad, descentralizar usos y flujos turísticos. Demostrando el poder de los mismos sobre la evolución de la ciudad, y respondiendo a nuestra hipótesis.

Oferta Cultural y actividades económicas (bares y restaurantes)



Actividades Económicas culturales (galerías de arte, tiendas de diseño y estudios de arquitectura)

● TIENDAS DE DISEÑO
ESTUDIOS DE DISEÑO/ARQUITECTURA
2004

Ferlandina Vint
Mecanica.Design
Diane Gray, Design Managment
Mario Corea
Merino, Jose Luis
Pilar Gorniz Diseno, Grafico
Lluna 20 arquitectes
Gami, Frafica Media
Emilio Lopez, Monica Rivera, Arquitectes
Carcallena Tojo, M. Jose
Escobedo Abraham, Juan

● 2014

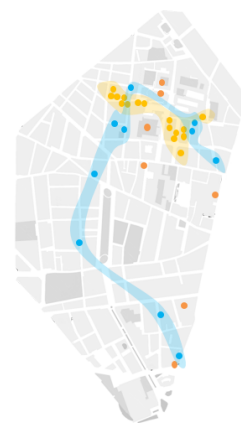
Selecta Home
Berga & Gonzales Arquitectos
Magrada Proyectos
Lopez Rivera Arquitectos
Varis Arquitectes SLP
Peris, Toral Arquitectes
Ana Coello Paisaje y Arquitectura
Alejandro Jimenez Iminizaldu
Xavier Rodriguez Galdeano
Francisco Javier Anza Amusquibar



● ESPACIOS CULTURALES

● GALERIAS DE ARTES 2004 (9.3% de Barcelona)

Galerias dels Angels
La Xina Art
Alter Ego Gallery
Nou 3 cafe
Cotthen Gallery
Ras Gallery Bookstore
Galeria Ferran Cano
Siesta obra y objetos de artistas
Article 26 Galeria d' Art
Expos, Espacios, Galeria i taller d' orfebreria
AC Sevilla
Artnaulas
Galeria Cadakes
Tinta Invisible
Studio Evan Deval
2014
Ferrer Marcos
KKKB
Almazan, Asociacion Cultural La Ciudad de les Paraules
El Bigote del Senor Smith
Sala Fenix
Asociacion Cultural Miscelanea
Ovis Santa Monica
Il. Llacions Culturals
Openhouse
Noaguera Blanchard



5. CONCLUSIONES

La investigación realizada ha permitido determinar, ubicar, categorizar y definir los agentes que participan de manera activa o pasiva en el fenómeno turístico en Barcelona. Es visible como la presencia de los agentes y sus roles han ido adaptándose al crecimiento de demanda turística; modificando su participación y generando nuevos integrantes a medida que este se complejiza. Demostrando que, en el estudio del turismo se debe trabajar con conocimientos e ideas paralelas, puesto que no hay una respuesta única, correcta o total.

La creación de una lista de planes, proyectos e intervenciones realizadas ha permitido observar los pequeños detalles que van demostrándonos la habilidad de la ciudad y los barrios a adaptarse a los cambios y exigencias del turismo. Demostrando, que de una manera, su evolución si es influenciada por los flujos turísticos.

La búsqueda de singularizar estos cambios, dentro de la fuerza de este fenómeno; impulsó el deseo de investigar al barrio del Raval. Los gráficos mostrados hasta el día de hoy, nos enseñan la evolución del barrio en 10 años. Estos no solo refuerzan el poder de hub cultural del Raval, desarrollado por el ayuntamiento; sino que nos enseñan como mediante la inserción de ciertos elementos variados en cuanto a su forma, concepción y uso, un barrio puede desarrollarse y mejorar su actividad pública, cultural, seguridad y proyección.

Es el paralelismo de este crecimiento, con respecto a los cambios realizados en Ciutat vella (tanto en intervenciones como en planes y proyectos) que nos muestran que el barrio ha ido evolucionando en etapas. Primero, la etapa urbanística necesaria; que con la justificación imperiosa de sanear e higienizar, ha permitido muchos más cambios en la trama, de los que hoy en día el barrio, o cualquier ciudad, se podría permitir. La segunda etapa pertenece a un bloque de proyectos realizados cerca a las olimpiadas del 92. Es en este bloque de proyectos, en el que podemos decir (no solo por lo realizado dentro del Raval, sino en ciudad en general) que los cambios realizados fueron dirigidos por la idea de revitalizar la ciudad, protagonizar las olimpiadas y catapultar Barcelona mediante eventos universales. La tercera etapa se consolidaría con la idea de inmortalizar la ciudad. Nace una marca Barcelona, con un excepcional y respetado modelo urbanístico; y paralelo a esto, la idea de un sello de hub cultural. Con el tiempo y la prueba y error, este hub cultural a ido creciendo e independizándose; dejando de necesitar a sus padres fundadores (MACBA y CCCB) para existir.

6. BIBLIOGRAFÍA

JOAN SUBIRATS Y JOAQUIM RIUS. Del Chino al Raval. Cultura y Transformación Social en la Barcelona Central.

STEFANIE VON HEREEN. Remodelación de Ciutat Vella. Un análisis crítico del modelo Barcelona. Barcelona : Veïns en Defensa de la Barcelona Vella, 2002

JOAN BUSQUETS et alt. La Ciutat vella de Barcelona: un passat amb futur = El centro histórico de Barcelona : un pasado con futuro = The old town of Barcelona: a past with a future. Barcelona : Ajuntament de Barcelona. Foment de Ciutat Vella : Universitat Politècnica de Catalunya. Laboratori d'Urbanisme de Barcelona, DL 2003

AYUNTAMIENTO DE BARCELONA. Barcelona, transformació : plans i projectes / [direcció de l'edició: Oriol Clos ; coordinació de l'edició: Clara Solà-Morales i Eduardo Cadaval; col·laboradors: Neus Ale

PERE CABRERA I MASSAMÉS. Ciutat Vella de Barcelona : memòria d'un procés urbà = memoria de un proceso urbano. Badalona : Ara Llibres, 2007

AYUNTAMIENTO DE BARCELONA Urbanisme a Barcelona : Plans cap al 92 / Ajuntament de Barcelona. Àrea d'Urbanisme i Obres Públiques. Planejament Urbanístic. DL 1987

ORIOL BOHIGAS, ALBERT PUIGDOMÈNECH, JOSEP ACEBILLO et alt. Plans i projectes per a Barcelona. 1981/1982. Barcelona 1983.

VICTORIA BEATRIZ PEREZ BASTIDAS. 2013. Impacto de las externalidades producidas por los flujos turísticos sobre los valores inmobiliarios y la segmentación del mercado residencial en Barcelona. Master universitario en Gestión y valoración Urbana. Barcelona, España.

CRISTINA LOPEZ VILLANUEVA Y ANA ALABART VILA. 2011. Dinámicas urbanísticas y socioeconómicas en Ciutat Vella. ACE Architecture City and Environment #17.

SERGIO PIERA CAMP. Propuesta de actuaciones urbanísticas para el desarrollo sostenible en el Raval de Barcelona.

BRUNO BALDAIA. 2009. El Raval desde el ojo del Flaneur. Tesina, Master en Teoria y Practica del Proyecto de Arquitectura. ETSAB UPC.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. <http://www.ine.es/daco/daco42/ocuptr/roat0412.pdf>, consultado el 10/11/2014)

AYUNTAMIENTO DE BARCELONA. http://www.fomentciutatvella.net/actuaciones_marcha.php, consultado el 10/11/2014)

CCCB. http://www.cccb.org/es/casa_caritat_al_cccb

ALBERT VIAPLANA. <http://www.viaplana.com/CCCB/indexCCCB.htm>

DELGADO, MANUEL. La Ciudad mentirosa: fraude y miseria del "modelo Barcelona". 1956- Madrid: Los Libros de la Catarata, 2007. 242 p.; 21 cm

AJUNTAMENT DE BARCELONA. Plan de Usos. (Versión digital: http://ajuntament.barcelona.cat/ciutatvella/sites/default/files/informacio/quadre_pla_usos.pdf. Consultado el 4/26/2015)

TOT RAVAL. Estudio Económico y comercial del Raval. 2010-2011. (Versión digital: http://issuu.com/totraval/docs/estudi_econ_mica_i_comercial_2010-2011?e=3211764/3171520#search. Consultado el 4/26/2015)

INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS. 2012. Balance del Turismo. (Versión digital: <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/analisis-turistico/balantur/anuales/Balance%20del%20turismo%20en%20Espa%C3%B1a.%20A%C3%B1o%202012.pdf>, consultado el 10/11/2014)

Turismo en cifras. (Versión digital: <http://www.iet.turismoencifras.es/turismoexterior/item/43-manteniendo-el-atractivo.html>. Consultado el 10/11/2014)

Gobierno de España. Ministerio de Industria, Energía y Turismo (Versión digital: <http://www.iet.tourspain.es/en-EN/Paginas/indicadoresturísticos.aspx>, Consultado el 10/11/2014)

ARA.CAT. Xifra rècord de turistes a Catalunya: 2,7 milions de visitants estrangers. Del 22/04/2015. (Versión digital: http://www.ara.cat/societat/Xifra-turistes-Catalunya-visitants-estrangers_0_1343865753.html. Consultado el 4/24/2015)

La vanguardia. 'El Mirador': El turismo impulsa Barcelona como gran ciudad de compras. Del 2/04/2015. (Versión digital: <http://www.lavanguardia.com/barcelona/el-mirador/20150402/54429389100/el-mirador-turismo-barcelona-compras.html>. Consultado el 4/24/2015)

La Vanguardia. España logra un nuevo récord de turistas en febrero. Del 24/03/2015 (Versión digital: <http://www.lavanguardia.com/20150324/54428397053/espana-logra-un-nuevo-record-de-turistas-en-febrero.html>. Consultado el 4/24/2015)

ETN. Global Travel Industry News. Spain expects to welcome 8.1 million cruise passengers in 2015. Del 23/03/2015. (Versión digital: <http://www.eturbonews.com/56815/spain-expects-welcome-81-million-cruise-passengers-2015>. Consultado el 4/24/2015)

DIBA.cat. (Versión digital: http://www.diba.cat/c/document_library/get_file?uuid=e8f3da35-da13-440d-a89f-f8a87d0e39a4&groupId=74348. Consultado el 4/26/2015)

INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA. Informe anual del 2012. Movimientos y estudios Turísticos de los españoles (FAMILITUR). Ministerio de Industria, Energía y Turismo. (Versión digital: <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/familitur/Anuales/Informe%20anual%20de%20Familitur.%20A%C3%B1o%202012.pdf>. Consultado el 5/06/2015)

INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA. Hábitos Turísticos de los residentes en España (FAMILITUR). Ministerio de Industria, Energía y Turismo. (Versión digital: http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/familitur/No_periodicas/H%C3%A1bitos%20Tur%C3%ADsticos%20de%20los%20Residentes%20en%20Espana%C3%B1a.%20Presentaci%C3%B3n.pdf. Consultado el 5/06/2015)

JUSTICIA, Antonia. LA VANGUARDIA. Catalunya legaliza 49000 pisos en dos años. (Versión digital: <http://www.lavanguardia.com/local/barcelona/20150310/54428017655/catalunya-legaliza-pisos-turísticos-dos-años.html>. Consultado el 5/06/2015)

RADIO MARITIMA ONLINE. La polución del puerto de Barcelona llega hasta los Pirineos. 22 Enero 2015. (Versión digital: <http://radioport.es/archives/1208>. Consultado el 5/06/2015)

CEBRIAN, MONICA. LA VANGUARDIA. Mapa de ruidos de Barcelona, Las denuncias continúan. 18/11/2013. (Versión digital: <http://www.lavanguardia.com/participacion/20131118/54393486427/mapa-ruidos-barcelona-denuncias-continuan.html>. Consultado el 5/06/2015)